Leipziger Straße 16
D-10117 Berlin

Telefon +49 (0)30 202 94 0
Telefax +49 (0)30 202 94 111
E-Mail mfk-berlin@mspt.de
www.museumsstiftung.de



Medieninformation

Berlin, im August 2019

Mehr als Worte

150 Jahren Postkartengrüße: Jubiläumsausstellung im Museum für Kommunikation Berlin



Vor ihrer Einführung am 1. Oktober 1869 noch als „unanständige Form der Mitteilung auf offenem Postblatt" kritisiert, traf die Postkarte den Nerv der Zeit: Sie erfüllte ein Bedürfnis nach vereinfachtem und raschem Informationsaustausch. Damals wie heute veranschaulichen die Bildmotive die Mitteilung, ergänzen sie, schmücken sie aus oder ersetzen diese sogar.

Zum 150-jährigen Jubiläum beleuchtet die Kabinettausstellung **Mehr als Worte. 150 Jahre Postkartengrüße** vom **21. August 2019 bis 5. Januar 2020** die Geschichte von Entstehung, Entwicklung und Vielfalt eines Mediums als Spiegel der Gesellschaft. Mehr als 500 Postkarten spannen den Bogen von den Vorläufern und der Hochzeit der Postkarte im Kaiserreich über Feldpostkarten, Kunstpostkarten, Propagandakarten, Postkarten in Ost und West bis zur digitalen Postkarte und Postcrossing. Welche Bedeutung die Postkarte in Zeiten von WhatsApp und Co. noch hat, zeigen Interviews mit Berliner Passant*innen. Im Fokus stehen außerdem die Praktik des Sammelns sowie ganz besondere Stücke aus der Sammlung der Museumsstiftung Post- und Telekommunikation. Diese besitzt mit über 200.000 Exemplaren eine der größten Postkartensammlungen Deutschlands.

Die Vorläufer

Ende Juli 1868 reichten zwei Leipziger, der Buchhändler Friedlein und der Kaufmann Friedrich Wilhelm Pardubitz, fast zeitgleich je ein Muster einer „Universal-Correspondenz-Karte" beim Generalpostamt in Berlin ein. Vorderseitig trugen die Karten einen Adressvordruck und Gebrauchsbemerkungen, rückseitig konnte man durch Ankreuzen aus 24 beziehungsweise 28 vorgedruckten Botschaften wie „Danke(n) für gütigst ertheilten Auftrag, Ihnen dessen beste Ausführung versichernd" oder „Condoliere zu dem betrübenden Ereigniss, und versichere herzliche Theilnahme" auswählen. Die preußische Postadministration jedoch lehnte die beiden Vorschläge ab mit der Begründung, dass durch die Anstreichungen auf der Karte der Charakter einer Drucksache verloren gehe und aus dieser ein Brief werde.

Das „unanständige" offene Postblatt

Bereits 1865 hatte Heinrich von Stephan, Postreformer und Gründer des Reichspostmuseums – dem heutigen Museum für Kommunikation Berlin –, auf der 5. Konferenz des Deutschen Postvereins 1865/66 in Karlsruhe außerhalb der amtlichen Sitzungen in einer Denkschrift die Einführung eines „Postblattes" vorgeschlagen. Ein kleiner weißer Karton mit eingestempelter



Marke sollte als Alternative zum traditionellen Brief angeboten werden, eine weniger umständliche und kostengünstigere Mitteilungsmöglichkeit für die Bevölkerung. Der preußische Generalpostdirektor von Philipsborn hatte die offizielle Bekanntgabe der Denkschrift aber abgelehnt, und auch die Konferenzteilnehmer standen dem privaten Vorschlag ablehnend gegenüber. Vor allem die „unanständige Form der Mitteilung auf offenem Postblatt“ wurde kritisiert. Die Bedenkenträger äußerten ihre Besorgnis um das Briefgeheimnis und die Wahrung der guten Sitten und des Anstands und befürchteten sinkende Einnahmen.

Von Stephan konnte seine Idee erst 1870 als Generalpostdirektor im Norddeutschen Postbezirk verwirklichen. Bereits ein Jahr zuvor, am 1. Oktober 1869, war die Correspondenz-Karte in der österreichisch-ungarischen Monarchie eingeführt worden. Allein in den letzten Monaten des Jahres 1869 verkaufte die österreichische Postverwaltung drei Millionen Karten. In Deutschland kam die Postkarte beim Publikum ebenfalls gut an.
In Berlin wurden am ersten Verkaufstag, dem 25. Juni 1870, mehr als 45.000 Exemplare erworben. Im Deutsch-Französischen Krieg von 1870/71 verschickten Soldaten und ihre Angehörigen die Correspondenz-Karte millionenfach als kostenlose Feldpostkarte. Vor allem für diejenigen, die wenig geübt darin waren, sich schriftlich zu äußern, war das neue Kommunikationsmedium ein gut geeignetes Mittel, um Lebenszeichen, kurze Mitteilungen und Grüße zu senden.

Von der Post- zur Ansichtskarte
1872 erfolgte eine Gebührensenkung für Postkarten – deren Herstellung und Verkauf nun auch privatwirtschaftlich erlaubt war – von voller auf halbe Briefgebühr, was den Siegeszug des neuen Nachrichtenträgers beschleunigte. Bis 1874 führten viele Staaten die Postkarte ein: 1870 Großbritannien, 1871 Belgien und die Niederlande und 1873 Frankreich und die USA. 1875 wurde die Postkarte auch für den Weltpostverkehr zugelassen. Die Postkarte traf als Kind der Gründerzeit am Beginn der Moderne den Nerv der Zeit. Sie erfüllte ein Bedürfnis nach vereinfachtem und raschem Informationsaustausch. Die Größe des Bildes auf der Adressseite war begrenzt, da die Lesbarkeit der Anschrift nicht beeinträchtigt werden durfte. Mehr Bildraum bot die Mitteilungsseite der Karte. In den 1880er-Jahren wurden auf dieser ursprünglich nur für die schriftliche Nachricht vorgesehenen Kartenseite nun auch Stadtansichten, Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele in halber Postkartengröße abgebildet.

Die Bildpostkarte erhielt 1885 die offizielle Postzulassung, nachdem man sie schon vorher geduldet hatte. Die illustrierten Karten, die aus dem fruchtbaren Zusammenspiel von staatlicher Rahmensetzung und privater Initiative entstanden waren, entwickelten sich schnell zum Verkaufsschlager. Der Konflikt zwischen Bildschmuck und Mitteilungsbedürfnis auf der Ansichts- und Textseite wurde 1905 durch die postamtlich verfügte Teilung der

Datum Berlin, im August 2019

Anschriftenseite gelöst: Auf der rechten Seite befand sich nun die Anschrift. Die linke Seite konnte für schriftliche Mitteilungen genutzt werden. Die Rückseite stand damit vollständig dem Bild zur Verfügung. Bis heute hat sich diese Aufteilung bewährt.

Von den im deutschen Kaiserreich im Jahr 1900 verschickten rund 2,7 Milliarden Briefsendungen waren rund eine Milliarde Postkarten, davon fast 50 Prozent Ansichtskarten. In der Bevölkerung herrschte eine regelrechte Ansichtskartenmanie, die die gesteigerte Mobilität der Menschen und deren gewachsenes Kommunikationsbedürfnis widerspiegelte. Die Beliebtheit der Ansichtskarte führte dazu, dass man sie nicht nur vielfach verschickte, sondern auch umfangreich privat sammelte. Die genormten Formate erleichterten die Ablage in Alben oder Kartons. Die auf Postkarten dargestellten Bildmotive veranschaulichten die Mitteilung, schmückten sie aus und ergänzten sie, unter Umständen ersetzten sie diese sogar. Die Häufigkeit der täglichen Postzustellung vor dem Ersten Weltkrieg, in der Reichshauptstadt Berlin in der Spitze bis zu elfmal täglich, machte die Postkartenkommunikation im Kaiserreich zu einem sehr schnellen und günstigen Nachrichtenmittel.

Gute Geschäfte

Die Blütejahre der Ansichtspostkarte zwischen 1895 und 1914 erwiesen sich als lukrativ für alle, die mit ihrer Herstellung Geschäfte machten. Binnen kurzer Zeit entstanden zahlreiche lithografische Kunstanstalten, von denen einige ausschließlich Ansichtskarten für den internationalen und nationalen Markt herstellten, andere beschränkten sich auf Karten mit Motiven aus der Region. Eines aber hatten all diese Produkte gemeinsam: ihr durch die Drucktechnik charakteristisches Erscheinungsbild. Als Vorlage für ihre Entwürfe dienten den Lithografen Zeichnungen, vor allem aber Fotografien. Diese Vorlagen entsprachen in Größe und Anordnung schon dem Endprodukt. Verschiedene Verfahren ermöglichten die seitenverkehrte Übertragung des Motivs auf den Druckstein. Nach der Bearbeitung des Steins mit Gravier- und Schabnadel oder Feder, einer chemischen Behandlung (Ätzen) und dem Auftragen von Druckfarbe auf den Stein konnte die Ansichtspostkarte gedruckt werden. Durch Wiederholen des Druckvorgangs mit verschiedenen Platten, in denen jeweils das zu druckende Farbmotiv eingeritzt wurde, entstand die Farblithografie, auch Buntdruck oder Chromolithografie genannt.

Gruß in die Heimat

Im Ersten Weltkrieg versandten allein die deutschen Heeresangehörigen schätzungsweise 10 Milliarden Karten als kostenfreie Feldpostkarten, darunter auch sehr viele Ansichtskarten. Die Möglichkeit, Bilder von sich und ihrer Umgebung anzufertigen, war für die Soldaten erstmals im Ersten Weltkrieg gegeben. Da sich nicht jeder Soldat eine Kamera leisten konnte, blühte der Markt für Fotopostkarten. In der Etappe, dem rückwärtigen Frontgebiet, entstand ein regelrechtes Kleingewerbe für Produktion und Vertrieb. Auch Großhändler unterhielten Niederlassungen in den besetzten Ländern. Die Kartenproduktion war nicht sonderlich



Datum Berlin, im August 2019

aufwendig und auch unter den schwierigen Bedingungen möglich. Abgebildet wurden vor allem Einzelpersonen oder Gruppen, aber auch Ruinen und Tote kamen als Postkartenmotive in Umlauf und trugen zur visuellen Kommunikation des Krieges bei.

Nach dem Ersten Weltkrieg sank in Deutschland, auch aufgrund der schwierigen Wirtschaftslage, der gesellschaftliche Stellenwert von Ansichtskarten – und auch die weit verbreitete Sammelleidenschaft ebbte langsam ab. Zudem kamen in den 1920er- und 1930er-Jahren neue Bildmedien wie Illustrierte und Sammelbilder in Umlauf. Von den in Deutschland im Jahr 1931 verschickten rund 5,7 Milliarden Briefsendungen waren nur noch rund 20 Prozent Postkarten, und davon weit weniger als 50 Prozent Ansichtskarten. In Anlehnung an internationale Entwicklungen gab die Reichspost seit 1925 Postkarten mit Bilderschmuck unter dem Namen „Bildpostkarten" heraus. Diese wurden zu Werbezwecken im Auftrag von Stadt-, Bäder- und Kurverwaltungen hergestellt.

Propaganda im Kartenformat
In der Zeit des Nationalsozialismus erreichte die politische Propaganda auch auf Postkarten ein neues Stadium. Der diktatorische Staat initiierte ihm genehme Motive, andere zensierte und verbot er. Die Propagandakarten von der Machtergreifung, von Parteitagen, Aufmärschen und Wettkämpfen, mit NS-Parolen und Symbolen, mit Antisemitismus und Kolonialrevisionismus zeugen von der NS-Gewaltherrschaft. Im Zweiten Weltkrieg nahmen militärische Motive auf den Karten zu. Diese sollten deutsche Überlegenheit und Siegesgewissheit vermitteln. In der Alltagskommunikation wurden dagegen häufig neutrale Ansichten von Landschaften, Orten, Blumen und Tieren genutzt

Urlaubsgrüße
Nach der bedingungslosen Kapitulation kam ab Mitte 1945 unter Aufsicht der Besatzungsmächte und unter Anleitung der neu eingerichteten Postbehörden der Nachrichtenverkehr auf örtlicher und regionaler Ebene wieder in Gang. Die unterschiedlichen gesellschaftlichen Systeme im geteilten Deutschland prägten die Ansichtskartenproduktion und -nutzung in Ost und West. 90 Prozent aller in der DDR hergestellten Ansichtskarten entstanden im Verlag VEB Bild und Heimat Reichenbach, der 1951 im Vogtland gegründet wurde. Die Produktion in Reichenbach betrug jährlich 25 bis 30 Millionen Stück, von denen bis Mitte der 1960er-Jahre der Großteil Schwarz-Weiß-Postkarten waren. Erst in den 1970er-Jahren wurde die DDR auf den Ansichtskarten farbig. In der marktwirtschaftlich geprägten Bundesrepublik war die Druckqualität der Karten und die Vielfalt der Motive größer. Mit dem zunehmenden Tourismus und Auslandsreisen schickten die Bundesbürger*innen bald Ansichtskarten aus aller Welt nach Hause, während die eingeschränkte Reisefreiheit die internationale Grußkartenvielfalt für die Menschen in der DDR begrenzt hielt. Dafür nutzten DDR-Bürger*innen Ansichtskarten noch bis in die 1980er-Jahre, um Verabredungen zu treffen, während in der Bundesrepublik in den 1980er-Jahren bereits viele Menschen einen privaten Telefonanschluss hatten.



Datum Berlin, im August 2019

Die Bundespost beförderte bis in die 1980er-Jahre jährlich annähernd gleich viele Postkarten: 1954 lag die Zahl bei 920 Millionen, 1982 bei 877 Millionen. Danach sanken die Zahlen durch die Verbreitung neuer Kommunikationsmedien rapide und schwankten in den letzten Jahren zwischen 178 Millionen (2009), 210 Millionen (2014) und 195 Millionen (2017). Diesen Rückgang vermochten auch neue Ansichtskartenformate wie Edgar-Werbekarten oder Handy-Postkarten nicht aufzuhalten. Dennoch bleibt es wohl dabei: In keinem Urlaubsort und in keiner Großstadt fehlen Ansichtskarten mit Sonne, Meer und Strand oder markanten Bauwerken. Gleichzeitig entstehen neue Formen im Umgang mit dem Medium Postkarte. Dies zeigen Initiativen wie zum Beispiel Postcrossing, bei der sich weltweit Hundertausende über die gleichnamige Internetplattform finden und Postkarten zusenden.

Mehr als Worte. 150 Jahre Postkartengrüße
Kabinettausstellung vom 21. August 2019 bis 5. Januar 2020

Digitale Pressemappe
Pressefotos und Ausstellungstexte unter www.mfk-berlin.de/pressemappen

Online-Ausstellung & Begleitprogramm
unter www.mfk-berlin.de/ausstellung-postkarte

Kuratorenführung
1. Oktober 2019, 18.30 Uhr, mit Dr. Veit Didczuneit, Ausstellungskurator und Leiter Sammlungen Museum für Kommunikation Berlin, Museumseintritt (Kinder frei)

Social Media
#150JahrePostkarte

Sonderstempel
Der Sonderstempel zur Ausstellung (Stempelnummer 16/188) ist ab dem 21. August 2019 für vier Wochen erhältlich bei Deutsche Post AG, Niederlassung Brief Berlin 1, Sonderstempelstelle, 11508 Berlin. Bis zum 11. September 2019 nimmt das Museum für Kommunikation Berlin ebenfalls mit dem Sonderstempel zu versehende Postkarten und Briefe entgegen.

Museum für Kommunikation Berlin
Leipziger Straße 16
10117 Berlin
Telefon 030 202 94 0
www.mfk-berlin.de

Verkehrsverbindungen
U2 Mohrenstraße, U6 Stadtmitte, Bus M48, 200, 265



Datum Berlin, im August 2019

Öffnungszeiten
Dienstag 9 – 20 Uhr
Mittwoch bis Freitag 9 – 17 Uhr
Sa, So, Feiertag 10 – 18 Uhr
24., 25. und 31.12. geschlossen

Eintritt
6 €, ermäßigt 3 €

Ermäßigter Eintritt
Studierende und Auszubildende
Teilnehmer*innen an Führungen
Gruppen ab 15 Personen
Berlinpass-Inhaber*innen

Freier Eintritt
Kinder und Jugendliche bis einschließlich 17 Jahre
betreute Schulklassen allgemeinbildender und beruflicher Schulen
freitags von 9 – 12 Uhr für Gruppen ab 15 Personen
Refugees

Pressekontakt
Monika Seidel
Telefon (030) 202 94 202
m.seidel@mspt.de
www.mfk-berlin.de